

PAISAJE, COCINA E IDENTIDAD EN *ARGENTINA GENIAL*

SILVINA BEATRIZ MARSIMIAN

I. EL GATO DUMAS, *ARGENTINA GENIAL* Y LOS PROGRAMAS DE COCINA EN LA TELEVISIÓN ARGENTINA

“Nunca quise cocinar para otros privadamente. Siempre cociné para enseñar a cocinar a los demás”, decía la famosa Petrona C. de Gandulfo, con ese aire altivo y distante que la caracterizaba, sin saber que, desde la pantalla, estaba creando un nuevo género televisivo en la Argentina: los programas de cocina. Doña Petrona tuvo quienes quisieron respetuosamente ostentar el título de sucesoras como Fany de Molina, María Adela Baldi o Marta Baines. Los años noventa, por otra parte, trajeron a la cocina televisiva otro perfil de cocinero diferente del que estas mujeres promovían y nuevos esquemas de programa culinario pero que conservaron el didactismo propuesto inicialmente: siempre alguien enseña a otro a hacer algo en relación con la cocina. Sin embargo, si bien el “quién” y el “qué” de esta fórmula se mantienen hoy, es posible revisar lo relativo al “para qué” en la línea sucesoria de la Petrona. El Gato Dumas ocupa, en este sentido, un espacio particular. Ha recogido la trayectoria del chef (maestro de cocina), se ha asentado en el medio masivo con la comodidad de quien tiene antecesores que le han allanado el camino, expone un saber sólido, pero sus objetivos respecto de la preparación de los platos, plantearemos aquí, discuten la tradición y renuevan las expectativas del público.

De las posibles lecturas que tiene el Gato Dumas como personaje-cocinero y las construcciones televisivas en las que ha participado, nos interesa trabajar sobre su última producción: *Argentina Genial* que, a la fecha, va por su emisión número dieciocho (Junio del año 2000).

Decimos que este programa hace ruptura respecto no sólo del género programa televisivo culinario desde su aparición en la pantalla argentina sino también en relación con una nueva manera de plantear la misma propuesta de varios exponentes supremos (Arguiñano, Rodríguez Pardo), entre los cuales también se encuentra este mismo conductor con *Gato Dumas Cocinero*, programa matinal, destinado al público femenino.

Argentina Genial desmiente, si se quiere, la condición de programa televisivo de cocina como género autónomo, circunscripto a la relación didáctica entre enunciador y enunciatario según la transmisión del saber culinario. En efecto, declarado Programa de Interés Nacional por la Secretaría de Turismo de la Nación, un primer objetivo se construye alrededor del tema del “viaje” hacia los espacios que permiten definir a la Argentina como maravilla turística. De hecho, los programas son titulados “Viajes”: “Primer Viaje: Cataratas del Iguazú”, “Segundo Viaje: Perito Moreno”, etc. El cocinero, por su parte, se transforma en guía de turismo y transmite otro saber distinto del culinario: el relacionado con el espacio turístico representado. Como veremos más adelante, el programa de cocina deviene en programa de promoción turística con bloques recurrentes sobre los platos de comida identificados con los espacios turísticos visitados.

En segundo lugar, los programas culinarios suelen ocupar la franja del mediodía y estar destinados a la mujer. Por el contrario, *Argentina Genial* tiene un horario de noche, el de las nueve de la noche de un día sábado. Franja central, para aquellos telespectadores que no tienen otro remedio que pasarla en sus casas el fin de semana. El programa, entonces, ofrecería una suerte de compensación ideal: figuradamente permite “salir” a visitar distintos lugares del país desde el sillón del *living*, de la mano del entretenido Gato y, por añadidura, “comer” (o “ver comer”) fuera de casa. En fin, representa en la fantasía del público la “salida” del sábado por la noche.

En tercer lugar, la actividad de cocinar, que se realiza durante el programa, replantea el espacio físico clásico en que esta actividad se viene realizando en los programas similares, si se exceptúa la propuesta del mismo Gato Dumas, que se emitió en 1999 y que implica también un recorrido turístico pero por lugares de todo el mundo. Como se observará, el hecho de que se viaje por la Argentina agrega un ingrediente diferenciador y fundamental en la caracterización del programa. Si lo usual es presentar un decorado que simula una cocina doméstica, aquí, en cambio, se tiende una mesa con los ingredientes del futuro plato, los utensilios, la vajilla blanca, el horno, en medio del paisaje visitado. Como telón de fondo, pueden observarse las Cataratas del Iguazú, por ejemplo, o el río Uruguay, o la precordillera andina. Hasta se llega al límite,

como en el caso del programa dedicado a la ciudad de Santa Fe, de preparar el plato, un guiso de surubí, sobre una mesa de caballetes en una barcaza que surca el río, en un paseo por las islas del Paraná. Es decir, que no sólo se viaja para cocinar en otro lugar sino que la llegada a ese lugar implica un nuevo desplazamiento, es decir, que se puede viajar y cocinar y adquirir dos saberes simultáneamente. En este caso, la mirada del telespectador tiene doble orientación: se dirige al plato que se está preparando y sigue el paisaje con todos sus ingredientes: colores, sonidos, frescura, etc. Maravilla dentro de la maravilla.

Frente a la movilidad prácticamente inexistente de la ecónoma (como le gustaba a doña Petrona llamarse) o, del chef de los años noventa, con el Gato Dumas, el conductor aprende a moverse de otra manera: este habla y teatraliza mientras su asistente hace parte del trabajo. El cocinero, a diferencia de la tradición televisiva que lo sostiene, utiliza un léxico informal para la construcción de comentarios que, como veremos, no se relacionan sólo con lo gastronómico. Además, expone su cuerpo, sobrebunda en gestualidad y llega a la frontera de lo histriónico y hasta humorístico.

Otro rasgo que, en el mismo sentido, lo distancia de una doña Petrona o un Arguiniano, es su desplazamiento por el paisaje, realizando distintas visitas turísticas, mientras el asistente continúa con los aspectos menos creativos del plato y, por lo tanto, poco atractivos para la cámara (cocina a fuego lento, termina de hacer una salsa, etc.).

Sin embargo, no ha de pensarse que su asistente, Calabrese que así se llama, es como la antológica Juanita, muda, obediente, incondicional. Muy por el contrario, Calabrese interviene con extensas explicaciones sobre los pasos del plato, acompañadas por frases de aprobación de su maestro y tiene derecho a probar los ingredientes, degustar el plato terminado y, por supuesto, brindar con Dumas a la salud de cada lugar que visitan o a la salud de todo invitado que aparece en el programa. Además, en algunas ocasiones se lo llama afectivamente “Cala”. En compensación por el trabajo duro que se le encarga, el asistente tiene un bloque del programa a su disposición “para descansar” y disfrutar de alguna excursión en la que ahora él es el guía para el telespectador. Es decir que, con límites razonables, es una suerte de “hijo” o “aprendiz” esmerado, casi independiente de Dumas.

Estos cocineros juegan también con la apariencia de la vestimenta. Mientras las ecónomas tipo Petrona adhieren a un *look* discreto, con delantal identitario, y los consabidos chef visten riguroso uniforme, el Gato Dumas y Calabrese visten sí el atuendo de chef, con la infaltable servilleta colgada de la cintura con varios usos, a veces, semioculta por los también tradicionales abdómenes y, por otra parte, llevan accesorios relacionados con la situación de viajar. En la página de presentación del programa, llevan los cocineros los atributos propios de aviadores; o, durante el itinerario turístico, portan sombreros, ponchos, bufandas, guantes, siempre elementos acordes con los lugares que visitan. El hecho de que se mantenga esta combina-

ción a lo largo del programa, connota que actúan simultáneamente como cocineros y como viajeros.

La temática de los programas culinarios ronda naturalmente todo aquello que tiene que ver con la explicación para la preparación de un plato. Esto, si bien ocupa un lugar importante en *Argentina Genial*, no es la temática central, sino que interesa el plato preparado en asociación con el espacio que produce alimentos que permiten crear estos platos. Esta indicación posibilita adelantar la conclusión de que se trata, en realidad, no de un programa culinario, sino de un programa turístico con un fuerte componente culinario aportado por su conductor, un cocinero reconocido.

2. *ARGENTINA GENIAL*, LA CONSTRUCCIÓN DE UN NUEVO GÉNERO TELEVISIVO

Si hay algo que diferencia la propuesta de Gato Dumas respecto de otros programas televisivos y de otros programas culinarios es la reunión de lo turístico y lo culinario en una única estructura. Este aspecto es lo que le confiere originalidad. En efecto, el programa permite, al menos, dos tipos de recorrido. El primero de ellos remite al paisaje argentino. Un objetivo explícito se construye alrededor del tema del “viaje” hacia los espacios que posibilitan decir de la Argentina todo lo que ya se ha dicho y se dice: que tiene todos los paisajes, que tiene todos los climas, etc. La palabra “genial”, componente del título, es utilizada en numerosas situaciones por el conductor para designar recortes paradisíacos de nuestro país, que lo vuelven “incomparable” desde el punto de vista natural.

Este programa, según palabras del Gato Dumas en la emisión del 15 de julio de 2000, surgió de la conciencia que tuvieron sus creadores respecto de la importancia que la actividad turística tendrá para el país en los próximos años. *Argentina Genial* es el resultado de la necesidad de producción de un material de alta calidad de promoción de la Argentina, que se expresa por televisión abierta y se repite en distintos sistemas de cable del mundo; además, prepara la creación de un portal turístico en Internet y la producción de videos turísticos de la Argentina con segmentos de *Argentina Genial* para emitir al mundo a través de la embajadas argentinas. En el propósito de la propuesta está entonces el viajar “hacia adentro” para salir “afuera” del país. Como se analizará más adelante, el “adentro” refiere a procesos de identificación relacionados con la topografía, los productos naturales, la producción cultural, las costumbres y, por supuesto, los alimentos y la cocina de distintas zonas de la Argentina que merecen definirse en su esencia para ser mostradas en su calidad de representativas.

El programa se abre con la aparición del conductor vestido de cocinero (atendiendo que conservará aun cuando tenga, por ejemplo, que realizar un viaje en trineo en Ushuaia, en el Viaje 16) pero llevando los atributos de un aviador; en seguida se ve cómo preparan un avión biplano los ayudantes también vestidos de cocineros. Finalmente, el avión sale piloteado por Gato Dumas y con Calabrese como copiloto. “Los

cocineros viajan”, “la cocina viaja”, son enunciados que se desprenden espontáneamente de la imagen televisiva. Es decir, viaje turístico y cocina constituirán el sello del nuevo género.

Por otra parte, el Gato Dumas viaja también en busca de platos típicos de distintas zonas del país y los recupera para sus telespectadores. En tercer lugar, las que serán las creaciones culinarias del Gato Dumas “viajarán” a través del programa al exterior. La cocina puede pensarse, según se sugiere, como la posibilidad de relacionar a distintas personas, a distintos grupos culturales, distanciados en el espacio y en el tiempo pero reunidos en un mismo punto: lo apetitoso o deseable o placentero. El programa se encarga de construir un material atractivo a partir de dos elementos que las sociedades asocian con lo que agrada, satisface y permite disfrutar de los momentos dedicados al ocio: el comer y el viajar, el “ingresar” y el “salir”.

Como se dijo, el programa recrea el lenguaje turístico. Cada uno se titula “Viaje” y, además, se segmenta en capítulos que responden cada uno a una parte de un itinerario. En concordancia, el cocinero se transforma en guía de turismo, adoptando el discurso pertinente. Para elaborar visualmente el folleto turístico televisivo, la cámara derrocha primeros planos sobre una naturaleza digna de ser contemplada, creando verdaderas estampas que privilegian la exuberancia de los colores, la sobredimensión (todo está mostrado en su calidad de enorme y, por lo tanto, doblemente maravilloso) y la sensación de acceder a una atmósfera paradisíaca, anterior al tiempo de los hombres. Siempre acompaña a este tipo de estampas, la expresión “lugar genial”: “genial” quiere decir, en estos casos, que “se está en pleno contacto con la naturaleza”. Se agrega así a las nociones de belleza y placer, la condición ecológica de ese espacio, es decir, un lugar natural y, por lo tanto, sano. La cámara y el sonido focalizan en la naturaleza que manifiesta lo mejor de sí misma: un sol espléndido y el canto de los pájaros; o un cielo tormentoso y los truenos rítmicos o el viento que, se percibe, sopla fuerte.

El guía-cocinero conduce al telespectador-turista en su recorrido por los espacios maravillosos del país hasta la mesa en que se preparará el plato típico de la zona y lo convierte en comensal virtual. Se recrea, en este momento del programa, el atractivo gastronómico de todo viaje turístico relacionado con el tiempo de descanso del paseo y el placer de ingerir lo propio y lo mejor que ese lugar turístico puede ofrecer. Gato Dumas dice recurrentemente cosas como estas:

Calabrese, terminó el día, un día fabuloso, en un lugar fabuloso, con una comida fabulosa (Viaje 1).

La escena “cocinar” se prepara en medio del paisaje. Se abandona así la cocina de laboratorio, de espacio cerrado y se cocina en contacto con el medio que produce los alimentos para el hombre que vive en ese medio: se sigue reforzando, de esta manera, la unión armoniosa planteada por el programa entre paisaje y cocina.

Así como el paisaje sobredimensionado, logrado a partir de una naturaleza auténticamente bella pero también de un trabajo estético de la cámara y del equipo de sonido, invita a la inmersión sin prejuicios, así la naturaleza hecha alimento se prodiga en dimensión, color, frescura, aroma (sugeridos por los cocineros que miran, huelen y gesticulan y después de la percepción hacen ademanes de máxima aprobación). No sólo el paisaje es para ser contemplado; también la comida busca “ser vista”. Además, esta se ve dos veces: un cocinero ayudante (otro personaje de la escena) porta una cámara de hombro, denominada “cámara casual”, graba y a su vez es grabado por la cámara principal. Dumas habla alternativamente a la cámara casual y a la cámara principal, o a la cámara principal que muestra cómo el cocinero se dirige a la cámara casual. La combinación de lo técnico y lo estético contribuye a crear un marco donde todo es perfecto, está en su lugar (sobre la mesa de cocina), se ve doblemente y se brinda en forma figurada al telespectador, que además está en lugar del público del mundo entero.

La apelación es clara en todo el programa: se convoca al destinatario permanentemente, se promociona el lugar turístico, los distintos centros de interés del lugar visitado, las comidas típicas y también los hoteles en los que el conductor y sus ayudantes se alojan. El mensaje directo a la audiencia dice: “Visiten este lugar genial. No se pueden perder esta maravilla”. El folleto turístico-culinario televisivo, nuevo género creado por o para Dumas, se consume en la escritura y en la lectura.

3. LA FIGURA “GATO DUMAS”: LA ENCRUCIJADA DE DISCURSOS

Gato Dumas crea en *Argentina Genial* una figura central en el sentido literal de la palabra: en efecto, esa figura es lugar de cruce de distintas funciones, actos y discursos que confieren al programa su peculiaridad. Cada programa, Gato Dumas lo inicia con un gesto propio de anfitrión: recibe al telespectador, intercambia saludos, emite mensajes personales, en un lenguaje llano, casi confidencial en el que incluye al destinatario a través del uso del nosotros inclusivo:

Qué maravilla. Estamos recién llegados al Aeropuerto Internacional Cataratas de Iguazú. Nuevito. Hace seis meses que el Aeropuerto 2000 lo inauguró. De aquí a las Cataratas. Vamos, vengan conmigo (Corte).

(A la entrada del Parque Nacional Iguazú. Sonidos de la selva, pájaros, etc.) Mediodía y hace mucho, mucho calor. Nos vamos a las Cataratas, pero adentro de las Cataratas. Para eso nos vino a buscar un camión de Safari porque lo que vamos a hacer es un safari (Corte).

Convertido en guía turística, Gato Dumas encarna un pacto de hospitalidad con el telespectador turista: actúa como si estuviera en “su casa” y se la fuera a mostrar. En tanto constructor de folleto turístico televisivo, cumple con una función informati-

va cuando realiza, por ejemplo, reconstrucciones topográficas, históricas o culturales pertinentes.

Al lenguaje descriptivo que utiliza para denotar el paisaje contemplado, suma siempre subjetivismos que dan cuenta de la condición expresiva grandilocuente del guía. Este no ahorra comparaciones, imágenes y la gesticulación que contribuyen a confirmar las palabras dichas. Alude también permanentemente al destinatario para acercarlo a su posición y ofrecerle el producto que promociona. Es decir, cumple con las tres funciones del lenguaje características del folleto turístico: informativa, expresiva y apelativa:

Iniciamos el viaje a Puerto Canoas. (Secuencia del viaje en camión el Gato Dumas adopta la actitud del turista que realiza el recorrido y observa el paisaje). Llegamos del safari en este aparato fantástico a Puerto Canoas. Y ahora nos vamos a tomar una lanchita que nos va a llevar a las pasarelas para ver la Garganta del Diablo. [...] ¿Ven? Allí están las pasarelas. (Corte) Ya estamos arriba de la pasarela (Ahora se lo ve cruzando la pasarela; Gato Dumas hace todo el recorrido para el espectador) Estamos a 90 metros de altura, una casa de treinta pisos por abajo. ¿Y saben cuántos metros cúbicos por segundo caen? 1380 metros por segundo. Es impresionante. Realmente conmueve. (A la cámara casual) Martín, le dejo la Garganta del Diablo. Qué maravilla. Si yo tuviera que definir la palabra “fuerza”, “poder”, diría la Garganta del Diablo. No se imaginan la garra que tiene esto. Es de locos (Viaje 1).

En el Viaje 3, correspondiente a la ciudad de Buenos Aires, realiza una reconstrucción histórica de la Plaza de Mayo, la Casa rosada, el Café Tortoni y la Plaza Dorrego, con lo cual recupera otra de las posibilidades del folleto: señalar la importancia del aspecto histórico de la visita turística.

Puede además explicar el origen o importancia de un monumento, con datos curiosos, sólo conocidos por los parroquianos y ofrecer recomendaciones para la visita:

Estamos dentro de la Torre del edificio Municipal de Bariloche, el famoso Cucú. Dentro de 30 segundos va a empezar todo el zafarrancho, acuérdesse que solamente dos veces por día, a las 12 y a las 6. Es del año 40. Toda la documentación se quemó en un incendio que hubo, por eso se pide a quien sepa algo sobre este reloj se lo comunique a la Municipalidad. Pero fíjese una cosa, toda la gente vieja de Bariloche, todos los vecinos, se ocuparon de juntar documentación, de tener ahora todo para que nosotros podamos hablar del reloj de Bariloche del Centro Cívico que un señor, Gino Lívano, artillero mecánico que sobrevivió a un naufragio de la Primera Guerra Mundial, fue el que montó este reloj por el 40, 41. Trabajó en la fábrica Cronos que fundió la campana y la maquinaria del reloj. (A la cámara casual) Martín, estamos en el cuarto del Cucú. ¿Y qué es el cucú? No es un pajarito que hace “cucú”. El cuarto del cucú son cuatro magníficas tallas del escultor Casals hechas en el año 40 en Buenos Aires y representan las vidas de los que vivieron en Bariloche. Y la quinta parte es el escudo de Bariloche. ¿Les gustó lo que es un cucú singular, un cucú lleno de arte? (Viaje 4).

A veces, recrea la historia de un personaje famoso del lugar visitado, como es el caso del cuentista Horacio Quiroga (Viaje 1), del que relata expresivamente la vida trágica y la obra significativa. Se agregan fotos en cecia que alternan con el recorrido televisivo por la casa también en cecia. La cecia connota, obviamente, el tiempo pasado, es decir que la imagen contribuye a la configuración del discurso histórico.

En el Viaje a Ushuaia (Viaje 16), Gato Dumas hace la infaltable excursión en Catamarán por el Canal del Beagle hasta el Faro del Fin del Mundo mientras describe la travesía y se detiene especialmente en la Isla de los Pájaros. En ese momento, por ejemplo, cuando explica la existencia y estilo de vida de los cormoranes, quiere parecer un guía docto en biología y ecología.

Puede también presenciar la manufactura de algún producto de la zona, como cuando, durante el viaje a Bariloche, visita la fábrica de Fenoglio, explica la elaboración del chocolate y, por supuesto, degusta.

Precisamente, por constituirse en intermediario entre la Secretaría de Turismo de las distintas provincias y el telespectador, turista potencial, Gato Dumas establece un pacto comercial que orienta la información, expresividad y estrategias de persuasión del destinatario:

¿Por qué no viene en Semana Santa? Trate de venir en Semana Santa. Se van a acordar, el Gato tenía razón (Viaje 1. Cataratas).

Hágame caso. Venga a Entre Ríos, recorra Entre Ríos (Viaje 12).

Hasta puede llegar a hacer, en relación con lo anterior, advertencias sobre comportamientos sociales:

Es al revés de lo que pasaba antes que la gente de estos lugares iba a las urbes; hoy en día, de las grandes ciudades, vienen a estos lugares a buscar paz y tranquilidad (Viaje 11, a Sierra de la Ventana).

Gato Dumas, en su condición de figura central del espectáculo que exhibe, juega con más de un significado de la palabra “conducir”. Aparece como conductor del avión, orienta el viaje como guía turístico, conduce a su vez el programa en su rol de presentador y continúa practicando su oficio original: conduce la cocina. En este sentido, asume funciones de informador, de maestro, de divulgador, es decir, encarna un pacto de aprendizaje respecto del destinatario.

A la capacidad retórica propia de la televisión, Dumas añade sus condiciones de cocinero y construye un discurso con distintos objetivos. En primer lugar, informa sobre los alimentos que van a cocinarse, que proceden de la zona visitada:

Vamos a hacer un homenaje a nuestros divinos pescados de río. Mire lo que es el pacú. El pacú tiene dientes. Como el surubí, el dorado, el patí, son sabrosísimos. (Muestra cómo se

corta el pescado. Saca la grasa). Se aprovecha el lomo (Saca un bife). Para pescar el pacú, conviene embarcarse en un botecito, irse al medio del río y tirar la caña a la orilla, abajo desde un naranjero. Ahí está el pacú porque como fruta. Es carne dura, maciza (Muestra el cuero) Es extremadamente duro (Viaje 1).

Chanco de “acá”. Este plato se llama Chanco en ruinas (Está cocinando en las Ruinas de San Ignacio) Costillas y lomillo de chanco. Lleva harina de mandioca, típica de la zona, fuente de almidón de la zona. Con ella se puede hacer de todo. Vamos a usar mamón, también de la zona (Viaje 1).

El espacio en el que se cocina sirve para denominar los platos (“Chanco en ruinas”) o puede ser origen de referencias al modo de cocinar e ilustra, con anécdotas que amenizan, sobre la historia de esa actividad:

Comedor de los jesuitas. (Señala) Su bodega. Cocina con una especie de ventanal que giraba como pasaplatos (Viaje 1).

Antiguamente, el puchero era una olla pobre, pultarium para los romanos, una olla enorme de donde sacaban y ponían alimentos permanentemente (Viaje 3)

Pedro Gotel tenía aquí su quinta de hierbas aromáticas y vegetales. Fue el primer cocinero del Río de la Plata. En 1806, este señor tenía una academia de cocineros y él ya hablaba de olla podrida, es decir, que va todo. Nosotros, en este caso, le vamos a poner caracú, un puchero bien tranqui (Viaje 3)

Hay una historia en Entre Ríos muy linda. El bueno de Epifanio Montes, que era un pescador de la zona, gran pescador de Entre Ríos, que amaba su río, tenía una receta. La receta de Epifanio para cocinar un buen pescado era la forma en que el pescador trataba al pescado. Él, todas las mañanas, sembraba el río; cuando tiraba su red, ponía esperanza para retirar la red llena de pescados y ya que el pobre pescado había dado su vida en beneficio de nuestra vida para que podamos alimentarnos, había que tratarlo bien que es la base para que salga rico (Viaje 12).

¿Conoce la historia de Jacobs? Era un ingeniero que viene con su padre de Holanda. Él se hace ingeniero pero no le gusta la ingeniería y se dedica a ser cocinero de a bordo. Y él se acuerda, recorre el mundo, se acuerda de los dorados del río Uruguay y comenta en un libro la manera en que le gustaba preparar el dorado. Cocinaba los lomos, ahumados, después los rociaba con mucho jugo de limón y los untaba con aguacate o palta, que es lo que estamos usando ahora, endibias rellenas con palta y palmito (Viaje 12).

El curanto es agri-dulce. Cuando lo hacían los mapuches no le ponían manzanas. Es una cuestión europea que se mezcló con el curanto mapuche (Viaje 4).

Cada uno de los espacios privilegiados de la República Argentina, objeto de la visita, se caracteriza por la producción de determinados alimentos. Esos alimentos se cocinan de manera que se convierten en platos típicos: se observa así el paso de la

naturaleza a la cultura en relación con el procesamiento de los alimentos y su transformación en platos regionales. El Gato, primero constituido como guía turístico y luego como cocinero, relee, en estos programas, esos platos típicos y ofrece *su versión*. En el Viaje a Entre Ríos, por ejemplo, se aprovecha un producto de río, el dorado, se tiende la mesa para cocinar con el río Uruguay de telón de fondo, y Dumas con Calabrese lo preparan “como nosotros queramos prepararlo”. Así se preparan el “puchero pucherito Dumas” o el “locro Dumas”, “geniales” platos típicos de la Argentina genial, preparados por un cocinero genial que les da el “toque de distinción”. Al final, prescribe siempre Dumas con su recurrente: “Haga este plato”.

Por supuesto, como maestro cocinero, da además consejos:

La pimienta tiene que ser de molinillo. Recomendando la negra porque tiene mucho aroma y no es tan picante (Viaje 1).

Hay varias maneras de hacer el puchero: o se le da sabor a la carne o se hace un caldo sabroso y consistente; entonces se usa agua fría o agua hirviendo (Viaje 3).

Cuando haga el sabayón, cuando se hace el baño María no debe tocar la parte del bol el agua hirviendo, porque si no se prepara un omelette. La proporción son 12 yemas por una clara para que batiendo haga espuma y así se hace más liviano. No es un sabayón de postre, es una salsa (Viaje 12).

Hemos usado ollas de cobre de bordes altos para hacer el guiso de chivito, cocine todo al mismo tiempo, la cocción y el calor es parejo (Viaje 10).

En conclusión, Gato Dumas como cocinero enarbola un discurso didáctico o preceptivo que se alimenta de la historia de la cocina y de la descripción de los alimentos utilizados; hace crítica en la medida en que elige construir un plato a su gusto y se diferencia de los antecedentes, y prescribe su elaboración para el destinatario.

Durante y después de tan compleja tarea en relación con lo culinario, bien pueden los cocineros coronar los pasos cumplidos con brindis merecidos y repetidos:

Es lindo cocinar y de vez en cuando tomar un buen vino, salud, salud, salud Martín, salud chicos. Sauvignon blanc, ¡qué más vas a pedir! (Viaje 1).

4. LA CONSTRUCCIÓN DE UN DISCURSO POLIFÓNICO

No sólo Dumas y Calabrese toman la palabra en el programa. Otras voces y otros saberes pueden ser escuchados de manera tal que el resultado es un entretreído de discursos provenientes de diversas fuentes con más o menos autoridad respecto de las dos introductorias.

Algunos personajes significativos de la cultura argentina son convocados para alentar los textos relativos a un barrio o a una región. En la Ciudad de Buenos Aires

(Viaje 3), el humorista Quino recrea la historia de su barrio, San Telmo, a la puerta de su casa. También Damiro Saénz explica el origen de la calle Caminito en la Boca. En Colonia Suiza (Bariloche. Viaje 4) se hace conocer a Víctor Goye, un paisano descendiente de suizos que se asentaron en la zona, que no sólo va a cocinar el curanto con su receta personal sino que da previamente una larga explicación sobre él.

En alguna ocasión, un invitado dice una historia que enlaza su presencia con el programa y sirve de introductoria a la manifestación de su arte. Es el caso del compositor Tarragó Ros (Viaje 12 a Entre Ríos):

Yo soy hinch del Gato Dumas porque es un apasionado. Uno no puede hacer arte sin pasión y en el arte culinario, que envidio porque yo soy músico, está la historia de amor de todos los pueblos. Tengo un amigo que se pasó haciendo un loco, como se hacía en su pueblo, más de diez años buscando el sabor y, cuando le pareció que tenía el sabor, invitó a un hombre que tenía ochenta años que tocaba el acordeón y le hizo ese loco para él. Antes de servirle el plato, le dijo cuando pruebes un loco, si sentís algo con este sabor decíme. Y cuando probó una cucharada de loco se le cayeron dos lágrimas y dijo: Me hace acordar a mi madre.

El último bloque del programa está dedicado justamente a artistas y cantantes, algunos de proyección nacional o internacional. Se busca que cierren la propuesta turística con alguna canción o recitado de poesía representativa de la zona visitada. Así el misionero Chango Spasiuk que, además, se autointroduce comentando por qué le gustan el paisaje de su provincia y la gente que se mueve en él. Adriana Varela, que canta un tango a espaldas del puerto de Buenos Aires; Silvina Garré, que canta una canción afectosa para su Rosario natal; el chaqueño Palavecino, que recita un largo poema al Chaco salteño (Viaje 9).

En conclusión, Gato Dumas, personaje en el que se cruzan distintos discursos que hace propios es, además, una voz entre otras voces. Todas confluyen en mostrar la “genialidad” de la Argentina. Así paisaje, cocina y hombres constituyen la Argentina genial que Dumas quiere mostrar al mundo.

5. PAISAJE, COCINA Y PROCESOS DE IDENTIFICACIÓN

Argentina Genial es un producto que intenta presentar una identificación con lo que, a grandes rasgos, podría ser denominado “lo nacional”. En efecto, paisaje y cocina, elementos estructurantes de la propuesta, remiten a la pertenencia del hombre a una comunidad. Gato Dumas, en este caso, a través de un programa de promoción turística, aprovecha su condición reconocida de cocinero ante el destinatario, para instalarse ahora como conductor de la identidad del país. Lo que puede ser relacionado con la identidad nacional, a su vez, es asociado, por el conductor, con el concepto de “genialidad”.

Paisaje y cocina son dos tramos identitarios que el programa se ocupa de recorrer y de los cuales, en reiteradas ocasiones, el conductor se apropia en nombre de todos los argentinos:

En seguida, seguimos mostrándole todo lo que es *nuestro* Misiones (Viaje 1).

Esto es solo una parte de *nuestra* Argentina genial (Viaje 1).

Comamos con un *buen vino argentino*. Salud por Buenos Aires (Viaje 3).

Como puede observarse, el paisaje argentino y los platos típicos de la cocina argentina funcionan como puntos de atracción y parecen decirle al espectador que estas realidades le pertenecen. Si le pertenecen, se convertiría en una paradoja no conocerlas. Por lo tanto, el programa induce a los televidentes a visitar los lugares y a cocinar los platos presentados. Para terminar de constituirse en argentinos, podría agregarse.

La televisión es el medio óptimo para esta propuesta de Gato Dumas en la medida en que es útil para colectivizar experiencias y extenderlas masivamente en el juego yuxtapuesto de tres niveles de significación. En primer lugar, el decorado correspondiente al espacio doméstico de la cocina en medio del paisaje denota: “este es el paisaje argentino”, “estos son los alimentos del medio”, “esto es lo que se puede preparar con ellos”. Pero, en segundo lugar, ¿qué connota la mesa tendida en medio del paisaje? Alimentos que prodiga la naturaleza, modificados por el arte del hombre (el culinario); un paisaje natural pero que, por su belleza, podría ser una digna producción estética. La belleza natural y el arte se ponen, entonces, en contacto para ofrecer un resultado inmejorable en la Argentina. En un tercer nivel, el ideológico, podría hablarse de una visión aristocratizante en relación con el programa, explícita en la concepción de “lo genial”, esta vez en el sentido del acceso a lo mejor, a lo superior. Soberbia argentina, si se quiere.

Esta es la producción de un sentido que realiza la televisión acerca de una realidad no reflejada sino re-creada, a través de la concurrencia de discursos que convergen en la figura del conductor. La confluencia del discurso turístico, el discurso culinario y el discurso que podría denominarse “nacionalista” construye, a su vez, un destinatario complejo: espectador masculino o femenino del sábado por la noche, joven o viejo, turista potencial, argentino o internacional, cocinero “hecho en casa” o degustador amateur, la atención del televidente está asegurada con la elaboración de un producto que ha dejado pocos ingredientes sin incorporar.